一五一十周刊

NO.115
2013年7月19日



编者的话

中港台三地的三台电视真人秀“中国好声音”、“求爱真人骚”、“唱四方”近来人气颇高。三地评论者从三台电视节目里看到了共同的主题——“真”。王寅认为《中国好声音》受欢迎是因为“中国电视人开始摆出了‘真’态度”，赛制里因“看不见”而来的平等吸引了不同声音、不同个性的自由发挥。香港流行文化专栏作者阿果评“求爱真人骚”节目里“绿色短裙、扎髻、夹腿而坐”的 Karl：他的“真实”颠覆了平民百姓对性别的想像。而在台湾，“唱四方”节目组扛着摄影机到移民、外劳聚集地，机动邀请“歌手”演唱，于是观众听到了“最临场、最真实”的歌声。

在“真”的背后，是另一个更为关键的因素：多元。我们的社会本是多元，但三地的电视鲜少真实呈现其多元。通过真人秀节目平台，观众们听到了平常少有话语权人群的歌声、笑语和故事，感到新鲜、欣喜。正是如此，管中详评“唱四方”节目为“长期被台湾忽略的六十万东南亚移民移工的‘现身’与‘献声’仪式”。

本期一五一十周刊顺着三台真人秀节目引发的讨论，尝试探索大众文化如何体现社会多元，及其自身的局限。

李玟霞教授在公开课“多元文化与媒体再现”里举例归纳了台湾媒体如何将“外籍新娘”构建成了一个社会问题，指出媒体报道的问题所在，提醒人们大众文化与社会多元间恶性的互相作用的可能。这担忧不仅见于台湾，因而陈力丹从社会文化制度方面提出了“文化的多元是好事，也应该是常态”的倡议。理论方面，徐贲从传播媒介、民间/官方对立等角度分析了大众文化的多重定义，他认为大众文化的本质涵盖内容、形式及价值的多样性，人们能从大众文化中读出民情和社会风尚。唐小兵则更深层、宏观的回顾了自五四起中国百年来的大众文化的历史，追溯知识人角色变迁，分析大众文化承

载了社会的价值观念和不同人群对国家、社会的想象，他提醒了我们大众文化的社会担当。

但在消费社会里，大部分大众文化形式都需盈利才能生存，这一定程度上会影响上述的担当。刘洋等三位作者指出，收视率、广告和盈利才是“中国好声音”制作方的首要问题。约翰.费斯克将这样的运营方式概念化，提出了“电视的两种经济”。社会学家布尔迪厄用“场域”的理论分析了商业逻辑影响电视、新闻及整个文化生产场。他们论述过程中的不少观点，皆可在三台真人秀里得到印证。

1510 周刊由「我在中国」（Co-China）论坛志愿者团队制作，每周出版一期，周刊通过网络发布，所有非一五一十部落的文章均经过作者或首发媒体的授权，期待大家的关注和建议。

目录














【观】

9-1 王寅：中国好声音：真成功，“真”很难



王寅，诗人、作家，现为《南方周末》文化记者。

> 《中国好声音》的成功，与其说是模式，不如说是中国的电视人开始摆出了“真”态度：尽量回归专业，尽量远离眼泪与丑闻齐飞的炒作老路。卫视抑制商业冲动，央视放低点姿态，都是回归本“真”。中国观众们，知足啦。

编者按：我们盘点这一年来为拥有一个更美好中国而付出过的人，他们通过自己的坚守和努力，让他们的梦想，成为中国梦的一部分。中国梦需要伟大文学塑造民族灵魂，于是我们收获莫言；中国梦需要能激励一代人的偶像，于是我们收获林丹和刘洋。他们都是中国梦的兑现者，也是让中国梦这个大词变得有质感的人。

他们的梦想，是过去一百多年来民族梦想的延续或实现。莫言在斯德哥尔摩的白领结，让我们想起重置民族灵魂的鲁迅、胡适；实现了航海、航天“更深、更高”的科技团队，让我们想起为中国带来近代技术，但错把“天朝梦”当中国梦而梦碎甲午的曾国藩、李鸿章；我们缅怀革故鼎新的孙中山、毛泽东，也缅怀推进改革的邓小平、习仲勋。因为怀念他们，便是怀念中国梦走过的每一步的筚路蓝缕与不懈不止。

《中国好声音》的成功，与其说是模式，不如说是中国的电视人开始摆出了“真”态度：尽量回归专业，尽量远离眼泪与丑闻齐飞的炒作老路。卫视抑制商业冲动，央视放低点姿态，都是回归本“真”。中国观众们，知足啦。

这一年最热的电视节目，非《中国好声音》莫属。它火爆到第二名和第三名是谁，都不会有人关心。连高高在上的中央电视台的两档节目，也以“好声音”的学员作为噱头，催高收视率。要知道，2008 年北京奥运会的各种晚会上，该给超女特写时，CCTV 的镜头就扫向了观众。

背着选手转椅子，不海选不排名不毒舌，其实统统只是手段。《中国好声音》的成功，与其说是因为特别的模式——从国外高价买进的原汁原味的“宝典”，不如说是中国电视人开始摆出了“真”态度：尽量回归专业，尽量远离眼泪与丑闻齐飞的炒作老路。



节目形态其实只是壳子，超女最早就是国外节目的山寨版，当年火爆的程度不亚于现在的“好声音”，但后来拼命发短信的观众纷纷觉得上当受骗。在好声音，老毛病其实也没根治，煽情的故事照样在讲，是是非非的信息掺杂，但横向纵向一比较，煽情故事短了，假的少了，此消彼长，“真”的比以前多了点点：卫视抑制一下商业冲动，央视放低点姿态，都是回归本“真”。中国观众们，知足啦。

该肯定的要肯定。

比如平等。一群歌唱梦想者，无论年龄、是否科班出身，乃至性别特征，实现了上大舞台、出唱片的愿望。身材臃肿的选手刘悦以前只能在场边给人递话筒，长着络腮胡子的王琪玮曾因声音太细而自卑，论年龄，有着强劲实力的金池、平安也都三十多岁了。细心的网友人肉发现，不少“好声音”学员，都是转战各种选秀的“专业户”、失意者。他们终于在“好声音”的舞台上获得了认可——因为导师看不到。

比如专业。顶级设备、顶级乐队、顶级录音师，节目的呈现效果一流，这些没啥异议。最核心的导师，也确属娱乐圈公认的“天王天后”、“殿堂级”。但若以专业的角度，横向比较国外版本的那些导师，类型又未免过于单一。其实刘欢、那英们是当亲切卖萌的导师，还是做威风凛凛的评委，都没专业视野那么重要。学员类型的多样也是以前少有的，有唱爵士的，有唱黑人灵魂的，但还是少。差距都是实实在在的大。

比如自由。选手的个性展现无遗——不是芙蓉姐姐、凤姐的那类雷人。光头的爵士女歌手，长辫子的“音乐疯子”……唱法充满破坏性的 90 后女歌手吴莫愁，撑到了最终的冠军 PK，投票时败于唱爱国歌曲的摇滚青年梁博，让不少文艺青年和中年扼腕痛惜。个性在这个国度特别难张扬，特别遭排斥。导演金磊曾经说了句很大的话：“个体的自由就是国家的自由。”

金磊坚持认为，要讲人的故事，关注生命的本体。话本身也没错。音乐是人写的，也是写人的，但个体故事、情感和音乐如何融合，还真是学问。

最具争议的讲故事，说到底还是“真”的问题。中国大陆的歌坛上其实从来不缺好声音，却鲜有能唱入人心直抵灵魂的歌手。第一期亮相讲到父亲去世故事的徐海星，被网友狂批，后来以极低票数被淘汰，成为《中国好声音》最残酷的一幕。她的导师刘欢上《锵锵三人行》时道出实情：制作方希望煽情，“我们不去配合”，后期剪辑把所有嗨的地方都弄到一块。刘欢已确定退出，说是太累，不知道是不是扛不住了。

【原文链接】　　【回到目录】



9-2 阿果：谁爱真人骚？

阿果，明报星期日生活《果栏》栏主。

“

真人骚应该讲“无添加”的残酷现实，还是经过修饰的美丽现实？香港人深爱真人骚，但实质讨厌真人。我们看骚，不过期望眼前出现的，是一张张晶莹剔透的假面。

”

电视台的“求爱真人骚”载誉（？）归来，我的心情七上八落。七上，因为我向来喜欢真人骚——

（一）它强调真人，撕开假面。一张张平凡脸孔（如盛女 Florence）在荧幕上现身，讲想法，给反应，感觉亲切。一场好的真人骚，没有假大空的剧本，也没动辄尖叫的艺人，但有平民脑袋、口沫和心跳。

（二）它有悬念。许多外国真人骚最擅长制造悬念，躲在镜头后的观众顺着思路，一同推测事情发展——你以为好人一定有好报？各种真人骚游戏告诉我们，这永远不是事实。好的真人骚将社会的对立面拆毁，为黑白之间涂上灰色地带，观众握拳摩掌，屏息以待。

（三）它是性别、阶级、种族等不同层面的权力斗兽场，将本来心照不宣的既有意识放上枱面，大加挑拨。歌星一定是俊男美女？真人骚却将身形不算小巧的邓小巧带上舞台，甚至令 Susan Boyle 一夜成名。好的真人骚，挑战权威，舍弃定型，实践社会学学生的人生志愿。

不过作为资深电视迷，我心情也有八落。这电视节目新品种，从来不是温驯动物：近廿年兴起的它，不论诞生、成长、窜红，从来都背靠市场，仗赖全球；它的制作绝非意外，更从不妄想要建设美丽新世界。媒体操作的真人骚（尤其是香港的），外表吸引，但许多时候其实是洪水猛兽、妖魔鬼怪，得小心提防——

制造明确的二元对立

真人骚标榜“真人”，但这些“真人”经过镜头过滤、剪接处理之后，经常以假面示人。《求爱大作战》的“盛男”，性格、出身，各有不同，如一出 docu-soap 的八大主角；真人骚意图制造悬念，于是搞淘汰、玩偷拍，出试探，但最后一切通常回归基本，大团圆结



局，好（男）人未必有好报，但歹角会否赢得比赛？同样不。真人骚建构的“真实”，黑白分明，男左女右，少有真正越界；真人骚挑拨意识，擅长碰撞，然而在表面接受不同价值的同时，我们又发现制作人通常提供一套解读方法，于是原本性格粗豪的 Bonnie 要被改造成“港女”，于是邓小巧可以亮相舞台，但走到最后的，还是娇小玲珑的林欣彤与靓仔牙医许廷铿。

过去十年，真人骚在全球各地卷起过不同浪潮。文化工业高投资、高风险，老板热中计数、重视方程式，于是各大小电视台照单执药，各类型真人骚排队登场。有论者甚至认为，真人骚已经不止是一种节目类型，而是独立成当代创意工业重要一环。可是在香港，真人骚却依然异常罕见——连同《求》，这些年来电视台制作的真人骚，可能还是十只手指数得晒。

暴露镜头下的恋情

香港少真人骚，个中原因多不胜数——市场细小、民风保守、创意凋零……但可以肯定的是，香港人其实相当热爱这种骚——不然不会每次有新节目登场，准会成为全城焦点。电视台少搞真人骚，但港人从来不缺类似娱乐——这星期陈豪、陈茵媺共谐连理，全港市民一同直击，齐声祝福（两人婚照换来 20 万个 likes）。香港人唱 K 的饮歌向来都是李蕙敏的《你没有好结果》，而不是叶倩文的《祝福》，但这一次却万众一心，祝福当人情，我看不惯。

香港人爱看真人骚，而双陈由相恋（“会考虑追陈茵媺”）到结婚（“She is my queen!”），由订情（在寓所互相喂饭）到订婚（陈豪选购豪宅），都有狗仔队相伴见证，宛如一场真人骚，在全港市民眼皮底下长年上演。甚至乎他俩也（表面上）不抗拒做这场骚——被偷拍，陈茵媺没半句抱怨；被不停追问婚讯，陈豪只是在三分钟内重复了七次“有好消息我会公布”（咦？）。这场骚，主角大方，情节透明，港人自然爱看。

港人为双陈结婚而亢奋，除了因为我们爱看真人骚，更因为这场骚无可挑剔。一对璧人，气质登对（Cappuccino 对“Merci à tous”）、外形相衬（俊男美女）、门当户对（都来自中产家庭，曾移居外地），俨如童书中的王子公主，广大观众自然看得舒服。香港人喜欢真人表演，因为它反映现实，更因为这些“现实”合乎美学，顺从常理——男女分明、正邪对立、门当户对。假如那个真人骚的“真实”有违伦常，跟常识不符，香港观众自会身体不适，集体变脸，齐声责打。这个星期，被大众唾弃的“真人”，是周一至周五每逢晚上十点半现身小箱子的“绿妖”Karl Hui。

有祝福 必有咒骂



最近几天，网民热论穿上绿色短裙、扎髻、夹腿而坐的 Karl 究竟是男是女、是人是妖？媒体大肆搜挖历史文献，剖析“成妖之路”。我自命清高，这种鬼神之说，本来不屑回答，但作为香港人，我热爱看真人骚，而眼前这个人民公敌，其实是比《求》更真实的真人骚。因为三大原因，我对这个骚有好感：

（一）它有真人。他一夜成名，被全城闹爆，却继续忠于自我，接受媒体访问谈笑风生，甚至自嘲“绿魔”，与众同乐。你可以说他博出位，但我看见的是一个，不为社会主流所接受的边缘人如何懒理世俗目光，坚持做自己。

（二）它容许灰色。查看网上留言，不难发现耻笑 Karl 者逻辑相近——他穿裙扎髻，动静妖娆→应该是女生→男生？→那他一定是 gay 的！性别、性取向、行为举止……这些概念，在大众心目中紧扣相连。但现实呢？Karl 的存在，正好告诉普罗大众，男女之间，不是实线，而是虚线；举止女性化，不代表就是同性恋。在性别的题目上，从来不是非黑即白，还有一大片土地，主流忽视，大众少理，是为灰色地带。

（三）它鼓励多元。电视台的“求爱真人骚”，看似挑拨意识，抵制定型，但最后结果，通常只是树立了“港男”、 “港女”两块铁板。Karl 的出现，以及相关讨论正好带出一点：为什么要学做男人？为什么做男人要够气概、要有绅士风度、要领导他人？既然眼前这个“专家”可以“第三性”的身分活得自在，为何我仍要偏执坚持二元，照着他人目光，做个好男人？

我们看不惯“无添加”？

说到底，观众闹爆“绿妖”，只是无法接受现实生活中，真个有这样的一个人。假的，如苏基、朱艳强，大众仍会笑得开怀，但 Karl 的“真实”，却真正颠覆了平民百姓对性别的想象。文化论者会说，这是一种 politics of the weak，但我们更不应忽略，这个被“妖化”的男生，对一切恶意批评笑而不语，甚至玩得更尽更放更妖，为的不是要抗拒什么论述，镜头前后的他，不过是做一个最真实的自己。“绿妖”，原是一个比真人骚更真实的真人骚。

真人骚应该讲“无添加”的残酷现实，还是经过修饰的美丽现实？香港人深爱真人骚，但实质讨厌真人。我们看骚，不过期望眼前出现的，是一张张晶莹剔透的假面。

让我们继续咒骂绿妖，祝福双陈，请金童玉女来继续为我们示范美好无瑕的真实人生。

（原载于明报星期日生活）

【原文链接】 【回到目录】

9-3 管中祥：走唱四方


管中祥，台湾国立中正大学传播学系副教授。

“

多元社会最重要的价值在看见彼此。很可惜，台湾的大众媒体几乎忘了移民、移工的存在。不过，这次（“唱四方”栏目和”四方报“）除了用写的，还能歌唱，60 万的移民移工，将可以用最轻柔、简单的方式在电视上展现自己、分享心情。

”

你听过外籍配偶或外籍劳工唱歌吗？

我想很难，我们连家中从印度尼西亚来的帮佣都会叫成“菲佣”了，这么不熟的关系，大概也不太会认真地、细细地听这些外国朋友轻轻地唱首歌。

但台湾却是个很爱唱歌的地方，从街头林立的 KTV、小吃店里的伴唱机，以及不断改版的歌唱比赛，都可以轻易的看得出台湾人爱唱歌的“天性”。

不只如此，许多第四台及广播电台都有卡啦 OK 节目，不管你是在摄影棚或透过电话线，都可以一展歌喉，大展身手，在空中开起演唱会。大家的歌声或许不是天籁，但绝对可以真实地听到紧张或认真，以及想要表现自己和分享的心情。不只唱的人开心，听的人也很欢乐。

这些节目演唱的大多是台语歌，或国语老歌，不过再怎么认真听，也很难听到越南、泰国或印度尼西亚的歌曲，因为打电话进去的几乎都是台湾人。当然，如果你在周日早上听中广的”越来越幸福”越南节目，除了新闻和访谈，在最后 call in 讨论时段，有时也会有越南籍的朋打电话说：“我要唱歌！”

唱的不单是流行歌曲，也有人唱越南民谣，除了展现歌艺，抒发情绪，还会指定要唱给某位家人或朋友听。当然，所有在空中相会的朋友，也能一起共享、相互共鸣。不只唱的人开心，听的人也很欢乐。

不过，我们还是很少看到越南的朋友在台湾的电视唱越南歌，即使在台的越南人已经超过 20 万。



台湾是个有趣的地方，明明有线电视强调的是分众市场，但媒体老板们却喜欢走向“大众”口味，不仅电新闻台长得像，电影台不断鬼打墙，戏剧台大多只播放韩剧与中国剧，体育频道转播的赛事也大同小异，就连各家购物频道卖的东西也没什么两样。而台湾 65 岁以上长辈的人口数早就超过 11%，但除了少数保健节目与娱乐内容，很少有专门为老人制播的电视节目，更别说是移民移工及加上新台湾之子这样的“小众”。

台湾这么多的电视频道，媒体这么发达，却容不下和新朋友有关的语言、娱乐、文化与观点的节目。道理很简单，因为媒体几乎都垄断在商人及“本地人”的手里。他们担心血本无归，不愿意冒险花钱制作这样的“分众”节目，或者，对移民、移工全然陌生，也没有能力制作属于他们的节目。

台湾是个移民的社会，不同时期有不同的移民先后来台，除了中国及原住民族各样的“本土”文化，在建筑、饮食，日常生活习惯上，或多或少都可以看到荷兰、西班牙、日本以及东南亚等随着战争、贸易、移民、移工而来的文化痕迹。但可惜的是，在大众媒体的文化样貌上却是单调又贫乏，甚至有些群体如：东南亚移民、移工的文化与生活，在电视上不是消失不见，就是遭到扭曲。有意思的是，这些移民/工，未必只是移动的群体，许多人在此早已安身立命，入籍成为公民，甚至是有线电视的消费者，但这些每个月付六百元给第四台的观众，却看不到和自己语言、文化有关的节目！

不过，最近即将在电视播出，由台湾外籍劳动者发展协会、辣四喜影像工作室、四方报合力制作的“唱四方”歌唱节目，或许可以打破目前大众媒体的文化框限，让在台湾的南洋及本地观众看到不一样的节目风格与文化风貌。

这个节目的制作很阳春，但却很有意思。由主持人及工作人员扛着摄影机，在移民移工聚集的地方，机动地寻找“歌手”，邀请演唱。这些被邀请的“歌手”有人害羞腼腼，有人大方歌唱，虽然没有华丽的舞台声影与复杂的编曲伴唱，但却是最简单、最真实的歌声。

如同制作单位所说的，制作这节目的目的很简单：

也许“质量”比不上目前主流的电视歌唱节目，也许歌声比不上专业歌手，但，这是真正临场的、真实的歌声（绝不是摄影棚里的虚情假意背诵歌词或模拟外星人），而是长期被台湾忽略的六十万东南亚移民移工的“现身”与“献声”仪式，是台湾、甚至世界电视史上的创举。而今而后，异乡人在岛屿的歌声将传颂四方，而散居岛屿四方的异乡人，也将透过电视，千里共婵娟。

主编“四方报”的张正曾经告诉我，“四方报”这个提供东南亚移民、移工发声的平台，虽然，里头有部分报导和东南亚有关的新闻，但在几十页的“四方报”中，占最大篇幅的



就是读者投书了，这位老朋说，“四方报”每期的读者投书就像“雪崩般榻下来”！可见不能说话，有多么苦闷！

这些投书和许多报纸的投稿方式大不相同，大多不是透过 Email 或在稿纸上书写，除了用一般的信纸，更多人是把心情写在日历、广告传单，甚至是卫生纸上。他们或许无法便利的使用计算机或方便购买稿纸，但却和许多人一样想要说话。

想说的或许是对远方亲友的思念、对雇主的埋怨、对本地家人的不解、对情人的爱恋、对公共事务的意见，当然也有许多对各方亲友及老板的感谢。这些平常说不出口的话语，至少现在可以用熟悉与安全的文字，透过“四方报”的传递和更多人分享心情与展现自己。

多元社会最重要的价值在看见彼此，但看见彼此之前却必须先有平等发声的机会。很可惜，台湾的大众媒体几乎忘了移民、移工的存在，他们的声音在台湾媒体经常消失不见。不过，这次除了用写的，还能歌唱，60 万的移民移工，将可以用最轻柔、简单的方式在电视上展现自己、分享心情。不只唱的人开心，听的人也会很欢乐。

【原文链接】　【回到目录】



【评】

9-4 李纹霞：外籍新娘之媒体再现

——台湾大学开放式课程“多元文化与媒体再现”第七单元讲义摘编

国立台湾大学教学发展中心教师发展组副组长；台湾大学共同教育中心兼任助理教授

台湾与东南亚跨国婚姻的发展

- 1970 中期－1980 初

部分退伍老兵或偏远农村青年择偶困难，有一些东南亚华侨开始媒介女性婚嫁至台湾，以生活贫困的女性占多数

- 1980 年代

台湾开始推动南向投资政策

在台湾商人及外派劳工担任婚姻中介者下，台湾籍农村失婚男性与东南亚女性通婚日益显著

- 1990 以后

专业婚姻中介公司出现：牵线、安排相亲、当地政府结婚登记、迎娶回台湾

促使跨国通婚数量更大幅增加

外籍配偶人数概况表：



國籍	人數
總計	398,720
中國大陸配偶	250,160 (62.74%)
港澳配偶	11,207 (2.81%)
越南籍	78,611 (19.72%)
印尼籍	26,176 (6.57%)
泰國籍	8,988 (2.25%)
菲律賓籍	6,139 (1.54%)
柬埔寨籍	4,574 (1.15%)
日本籍	2,629 (0.66%)
韓國籍	828 (0.21%)
其他國家	9,408 (2.36%)

资料来源 台湾内政部移民署与户政司 2008 年统计

台湾媒体再现下的“外籍新娘”？

台湾今日新闻 2008/05/02 报道《东、越女敢玩敢秀 攻陷台湾情色市场》

外籍新娘现象在台湾的媒体建构

外籍新娘现象为社会问题

- 来台卖淫
- 破碎家庭: 逃家、重婚、离婚
- 低学历者结合，子女教育不良

外籍新娘现象的女人图像 (低劣他者)

- 无可奈何的受害者
- 唯利是图的吸血鬼
- 有犯罪

外籍新娘现象的男人图像 (社会所不欲者)

- 身心障碍与罹患精神性疾病
- 道德卑劣: 骗徒与沙猪

媒体再现外籍新娘议题的报导问题：

- 相互抄袭的报导
- 与官方机构合作: 高度依赖此来源
- 杜撰的统计数字与模零稜两可的说词
- 选择性的资料呈现



– 缺乏当事人的说法

– 新闻过滤器:向官方观点看齐或媒体预设的立场

– 着重冲突、戏剧性和怪异的事情上面

– 采访结果呈现与编辑手法的选取

媒体再现的影响

◆ 主流论述透过强势媒体运作，当事人常将之内化，用以评量自己的配偶或与自己处境相似者。

◆ 当自己为媒体描述对象时，仅以自己是例外，而非根本的挑战媒体论述的有效性或背后之意识型态。

课程视频:多元文化主义的派别会如何解读外籍新娘之媒体再现？

多元文化主义字面定义：指在一个集团群体、社会共同体、区域联合体等系统中共存的、相互联系且各自具有独立文化特征的几种文化。

三位具影响力的学者：Iris Marion Young，1949-2006；Will Kymlicka, Queen’s Univeristy, Canada；Charles Taylor, McGill University, Canada

保守派的多元文化主义：

1）对多元文化主义抱持着敌对的态度: 认为社会没有种族不平等主义、性别歧视或阶级偏差的存在主张保持西方文化经典学习对抗多元文化研究课程。

2）主张自由市场经济，认为政府不应用太多福利措施帮助边缘团体，以免养成其依赖社会福利不求自我改进的行为。

3）崇尚传统家庭价值，主张文化剥夺论: 此派别认为儿童的可受教性是受其早期社会化阶段与就学前的因素来决定，处于贫困或弱势族群家庭的儿童是被剥夺了一种可以达致成功的文化，也就是说，一个贫困白人/非裔美国人/原住民儿童在学校表现相对失败，可归因到他的家庭背景与教养方式。因此，学校教育要努力同化弱势族

群的孩子，让他们能融入主流文化。

自由主义的多元文化主义：

主张: 强调个人主义与个人的自主自决，但须尊重他人自由的权利.每个人有均等机会追求自我发展，发挥自己的潜能。人之才智不会因性别、种族、阶级等差异而有所不同，只要努力，必能跟主流群体一样有所成就。

理论限制: 1）缺乏挑战既有评价标准 2）过度追求共同性与统一 3）将问题归因个人因素，忽视社会权力结构的问题



左派本质的多元文化主义：认为某些本质无法改变，凌驾于历史、社会背景及权力的影响。如性别在生理上的差异。

理论预设:1）只有被支配者才有立场去发动批判与抗争。2）支配文化一定是不好的，被边缘化的文化才是可取的.3)褊狭排外的立场排除掉许多与他团体或圈外人合作的可能性。

复合论的多元文化主义：1)非常强调差异性，主张要鼓励学生多元学习，放弃偏见，学习来自各相异族群阶层的知识与价值.2)仍忽略要去挑战欧洲中心思想规范的普遍性。3）若只是将差异拜物化，片面强调奇风异俗的结果，只是学习知道有各种异文化表象存在，并无助于改变权力运作现状，反有将其工具化而进一步欲捍卫既存权力结构之嫌。

批判性的多元文化主义：复合论和批判性虽都强调文化差异，但前者对每一种文化都主张应持价值中立的态度，而后者则更强调要对主权文化之霸权加以质疑，对特定族群之主体位置及价值应加以肯认。

1）关切现代工业化社会中的支配结构与权力运作。

2）检视社会不平等如何透过学校教育的过程而再制或加强。

种族：检视白种优势与白种规范的形成及其影响

性别：检视男性优势与价值规范如何在教育与社会中复制与传播，女性如何被负面化的呈现而渐形成 “霸权”共识。

3）挑战与破除中产阶级为主、异性恋与城市中心等主流预设，重新思考建构知识与思想。

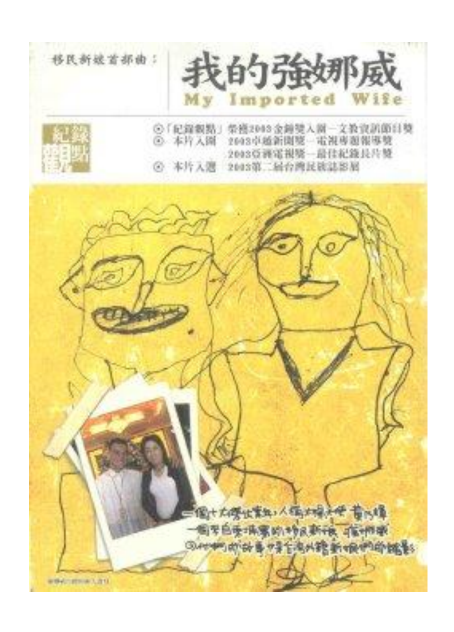
教学政治化： 教师、学生和社区成员一起分析种族、性别与阶级等歧视与压迫的运作过程，并讨论如何反抗与转化现实。

4）重视认同政治、差异政治之议题：批判权力、认同与知识交互建构而成的教育实践；由差异所造成的排他过程等。

【原文链接】 【回到目录】



荐影：《我的强娜威》



内容介绍：

黄乃辉是一个脑性麻痹患者，表面上他是弱势者，但是他对人生的企图心比一般人还大为了想要自己的家，三年前，他不顾别人异样的眼光，娶了小他 20 岁的柬埔寨新娘强娜威，生下可爱的女儿静慈，圆了人生的梦想。

但是，为了经济问题，两个人吵架的次数越来越多，强娜威必须帮助贫穷的柬埔寨娘家，黄乃辉想要保护自己的家。这对终身伴侣展开了一连串跨国婚姻的激烈战斗，这些战役横跨着性别、年龄、文化与阶级的鸿沟。

9-5 徐贲：大众文化中的价值观



徐贲，爱思想网学术委员。曾任教于苏州大学外文系，现任美国加州圣玛利学院英文系教授。

“

美国的大众文化中随处可见基督教价值的影响，也体现为以民主、自由、平等、宽容、公平、个人主义、爱护家庭等为核心的美国社会主流价值观。对一些有道德争议的大众文化的批评，正是以社会主流价值为依据的，而这些主流价值则大多与基督教价值相一致。

”

在不同文化传统的国家里，人们对什么是大众文化（popular culture）会有不同的理解和实例联想。例如，在美国，影视和某些音乐种类（尤其是绕舌和摇滚音乐）是特别典型的大众文化，现有的督导制度也主要是针对这些大众文化种类的。现有的好些不同的大众文化定义都同时适用于影视和某些音乐种类。其中包括以受众的众多、群众文化（mass culture）、现代技术传媒、商业和消费等来界定大众文化。

影视以及绕舌、摇滚只是美国大众文化的一部分，恰好可以用作多种大众文化界定的例子。但是，大众文化的范围和种类远不局限于这些例子。至少在美国，人们无法用单一的定义来界定十分复杂多样而且多元的大众文化。同时存在的多种大众文化定义中，每一种都有特别适合的例子，但又都可能排斥其他的大众文化样式或现象。这是因为，人们对大众文化的定义是从经验性的直觉观察出发的，而这种观察在取舍对象时，其实已经包含了某种对大众文化特征的认定以及对大众文化与非大众文化的区分。

最常见的大众文化定义就是有广大的受众或参与者，很受欢迎的电影，无论是《远大前程》，还是李安导演的《理智与情感》（改编自英国作家简·奥斯汀的同名小说），无论是严肃的《辛德勒的名单》，还是消遣娱乐的好莱坞影片，都可以说是大众文化。

许多人把大众文化（popular culture）等同为群众文化(mass culture)，这也是大众文化常见的一种定义。群众文化需要的技术条件是“群众传播媒介”(mass media)，又称电子媒介,它包括电影、电视、广播、网络。群众文化以电子交流手段为其媒介,是社会工业化、都市化,特别是技术化的产物。

群众文化是现代大众文化的主要形式,但群众文化并不就等于大众文化。大众文化早在群众文化出现之前就已存在,其主要形式是“民间文化”(包括民间故事、民歌、占巫、庆典、



戏曲说唱、绘画装饰),这就是传统的大众文化。因此，有人主张以民间性或“人民”来作为大众文化的定义，这样一来，许多日常生活的内容（习俗、传统习惯、饮食、时尚和现存的民间文化等）也都包括在了大众文化之内。

以“民间”或“人民”来定义大众文化往往使得大众文化带有一种区别或对抗官方文化的政治色彩，葛兰西所说的文化“霸权”就包含了底层文化对精英文化支配或权力对文化宰制的反抗。这本身又可以成为一种后现代或左派政治的大众文化定义。不同国家里的“民间”会具有不同的政治含义，这使得有的大众文化与官方文化之间的控制和反控制关系表现得特别明显。

一般而言，大众文化中那些最边缘化的“亚文化”、“异类文化”或“底层文化”往往是最具有反叛意识的，因此也最为主流文化所诟病。在不同国家里，这样的边缘文化会有不同的形式和表现，但都会有一些共同的特征，例如，运用带有暴力、性、仇恨、愤怒内容的语言，或者故意表现一种夸大的狂傲、粗鲁、粗俗、强暴和桀骜不驯。美国的一些绕舌和摇滚音乐就有这些特点，因此也成为“问题”最多的大众文化类型。

在美国，现有的多种大众文化定义都能找到相应的例证，但每一种却又都不能充分显示大众文化的多元样式和多种特征。而且，有的文化研究由于过分注重边缘性的大众文化，反而容易忽视影响更为广泛的大众文化。例如，基督教就是一种不容忽视的大众文化，群众传播媒介（如电视、广播和网络上的布道）使得基督教以新的大众文化形式发挥道德教化、社会组织、选举政治动员等重要作用。这样的大众文化既是传统的，又是民间的，既借助现代技术，但又并不依赖于此。它虽然是宗教，但对于美国公民社会的基本价值有着重要的影响。托克维尔将这种植根于民间的基本价值称作为“民情” (moeur)。

民情指的是一个民族的整体道德和精神面貌。美国民情的一个重要特征是它的自由意识。托克维尔看到,在美国,宗教精神与自由精神携手并进,美国没有对民主共和制度怀有敌意的宗教学说。宗教虽然不直接参加社会的管理,但却被视为政治设施中最主要设施,因为它虽然没有向美国人提倡爱好自由,但它却使美国人能够极其容易地享用自由。自由认为宗教是自己的战友和胜利伙伴,是自己婴儿时期的摇篮和后来的各项权利的神赐依据。宗教在它自身的领域内是自由而强大的,并满足于为它准备的地位,它并不直接介入政治,却通过约束家庭而对国家发生约束作用。宗教是个人怀疑、忌妒而骚动的精神的缓和剂。宗教通过提供关于上帝和人性的清楚的、确切的、人人都可以理解的思想,缓解了人们的怀疑、愤恨和怒意，并帮助他们避免陷入惊慌的绝望、仇恨、性放纵和暴力。这样的大众文化对另一些大众文化中无约束的性和暴力形成了抗衡。

美国的大众文化中随处可见基督教价值的影响，也体现为以民主、自由、平等、宽容、公平、个人主义、爱护家庭等为核心的美国社会主流价值观。对一些有道德争议的大众文化的批评，正是以社会主流价值为依据的，而这些主流价值则大多与基督教价值相一致。

然而，在大众文化有争议的时候，尊重多数人的意见，同时也保护少数人的权利，这同样也是主流社会能普遍遵守的价值原则。在美国，最有道德争议的大众文化可以说是绕舌、摇滚等音乐有关暴力和性的内容，对这种道德偏差的批评很多来自深受基督教影响的“保守”民众。所谓“保守”就是维护和坚持传统的主流价值观。由于主流价值观中包含着自由价值，这种批评并不要求政府动用行政权力去禁止或惩罚绕舌和摇滚等音乐，因为在文化问题上动用政府权力，这本身就不符合限制政府权力，保护公民自由和言论自由的自由民主政治传统和价值。

【原文链接】　【回到目录】

9-6 陈力丹：勿以老眼光谈“礼崩乐坏”



陈力丹，中国人民大学新闻学院教授、博士生导师、博士后流动站站长。

“

文化多元是以最低的成本保障社会的稳定，任何极端都因存在大量的中和因素而难以直接危害社会的总体和谐；而站在精英立场上，以一种标准化来管理文化，成本是最高的，效果也是最差的，以一种标准压制其他，人为造成一系列新的矛盾，反而很难收拾局面。

”

文化是什么？费孝通认为，“文化是依赖象征体系和个人的记忆而维持着的社会共同经验。”美国文化人类学家基辛就此写道：“通过文化学习，一个婴儿可以变成部落民，或印第安农夫，或纽约曼哈顿公寓里的居民。”

文化是什么？费孝通认为，“文化是依赖象征体系和个人的记忆而维持着的社会共同经验。”文化具有传承性，但不是生理的遗传，而是后天的习得。人拥有何种文化取决于他生活的文化环境。美国文化人类学家基辛（Roger Keesing）就此写道：“通过文化学习，一个婴儿可以变成部落民，或印第安农夫，或纽约曼哈顿公寓里的居民。”既定的文化犹如空气弥漫、渗透在人们的日常生活中，如何衣食住行、如何处理生老病死，无不由文化来界定和指引。

当今网络时代，比起电视时代来，网络表现的文化或文艺可能更得遭到批判。这些批判并非没有道理，但有一种明显的通病，即批判者高高在上，采用一种恒定的关于什么是文化或文艺的标准衡量一切，凡是在这个尺度以下的、看不顺眼的，均被戴上各种不同帽子，怪诞、庸俗、下流，以及其他主要来自道德评价方面的批评。

大众文艺开始于 19 世纪中叶，那时还仅限于大众化的报刊。从那时起，对大众文化的批判持续存在，尤其是电视时代，批判的锋芒更大。网络时代，人人都可以参与到文艺创作中，同时亦可以成为其中的制作者、表演者，几近到全民狂欢的地步。当然，这与原本意义的文艺，特别是精英的文艺，已经不是同一种意义上的文化或文艺。站在精英角度看，自然是离经叛道，天下大乱。



其实，文化是动态的。文化虽然具有很强的稳定性，但在与外部交流过程中通常会缓慢地演变（特殊情况下急剧变化），在与异文化交流、互动的过程中吐故纳新。从电视时代到网络时代，传播科技使得全球化的文化流动极为频繁，顽固地坚持原有传统而拒绝变化的文化，不是消亡，便是被其他文化所替代。在这个意义上，关于文化或大众文艺的讨论应持一种开放的视角。

文化的多元是好事，也应该是常态。现在传播科技发达了，文化交流呈现出“天下若比邻”的状态，于是不同文化间的借鉴多起来。站在比较原始意义的文化角度看目前的状态，自然实在可怕，例如我们以长袍马褂的标准看比基尼，那不是下流才怪呢！在这个意义上，首先要改变的尚不是文化本身，而是要检讨一下我们从什么角度认为文化“病”了？如果以一种恒定的认识标准来衡量现在的文化，遇到如此多的不符合心意的作品，当然会惊呼礼崩乐坏。

如果从文化多元的角度审视现在的文化，它比“舆论一律”条件下的文化存在状态要好得多。即使从文化安全的角度看，文化多元是以最低的成本保障社会的稳定，不同的文化都有表现的适当空间，任何极端都因存在大量的中和因素而难以直接危害社会的总体和谐；而站在精英立场上，以一种标准化（而且相当程度是主观标准）来管理文化，成本是最高的，效果也是最差的，以一种标准压制其他，人为造成一系列新的矛盾，反而很难收拾局面。

话说回来，网络时代的文化几乎是全民文化，因而我们这个民族的文化，其优点和缺陷也就能清晰地暴露出来。就传媒（包括网络媒体）而言，职业道德和规范的缺乏是造成一些人感觉文化有“病”的直接原因。当一切以利益作为标准的时候，文化和文艺就会变得没有文化了。若在这个意义上感觉文化有“病”，看得还是准的。

主要问题出在哪里呢？制造大众文化的主要传媒是电视，我国的电视体制是国家所有，但经济上推给市场，于是收视率成为类似经济上的硬杠杠 GDP。一旦电视文化的水准主要不是审美而是获利多少，那么，这种文化多少会染病，并且病在体制。我国的网络，特别是商业网络，以赢利为目的，于是点击率成为生存与否的前提，网络文化除了个性张扬外，自然以媚俗为特征。

市场经济给文化的多元带来生存空间，但在我国，缺乏道德和法治理念的自我约束是社会和行业的普遍问题。在这个意义上，对文化的行政管理是必要的。当下的问题还在于管理标准中带有较强的人治色彩。例如去年底文化部门禁止使用“偷菜”这个词汇，网上的偷菜游戏分别更名为“收获”和“摘取”。

改变这种文化发展的现状，在于形成传媒业的职业自律体制。在体制上，电视和网络如果是国有的，就不能让商业侵蚀。国外一些文化格调高的电视节目，法律或法规规定它们不



准播放广告；如果传媒是民营的，就要有完备的自律体制，以及对自律执行的行业监管部门，做到制作与经营确实分开，保障文艺节目的质量。

【原文链接】 【回到目录】



9-7 唐小兵：大众文化的百年迷思

唐小兵，现任华东师范大学历史系讲师。

“

大众文化是一个社会或者说文化概念，而群众文化则是20世纪中国的一个政治概念，两者何时叠合，何时分流，何时对峙，端视政党机制和意识形态的需要而定。前者或许还残存一点点自主性，而后者则基本上是政党逻辑的延伸。

”

汉娜·阿伦特在《文化的危机：其社会和政治意蕴》一文开篇就说：“大众文化（mass culture）这个术语显然是从‘大众社会’（mass society）这个并不比它早很多出现的术语中派生出来的，但在对大众文化的所有讨论背后，都有个默认的假定，就是大众文化，从逻辑上必然地是大众社会的文化。这两个术语发展的简短历史中最值得注意的一个事实是：几年前人们使用这两个词时还带有强烈的谴责意味，暗示大众社会是社会的一种堕落形式，大众文化是一个语词上的矛盾，现在它们却变成了受人尊崇的词，成了无数研究和研修计划的主题。”就此可见，在西方世界启蒙运动之后的历史过程中，大众文化的社会形象有一个从广受诟病到成为新宠的颠转历程，以此反观大众文化在20世纪中国的命运，则会发现其经历的过程更显曲折跌宕。

中国启蒙运动开始于《新青年》、《新潮》等杂志掀动的文化思潮，在这种文化思潮里，最激进的论述之一就是主张平民的文学和文化，这种文化以大众能够接受的方式呈现，并打破横亘在读书人与民众之间的阅读障碍（主要表现形式之一是文言文），直接呈现普通人的生活世界与精神世界。正是在这种精神的感召之下，胡适创作新诗《尝试集》，鲁迅创作《孔乙己》等新小说，陈独秀用白话文写政论，顾颉刚等鼓吹到民间去搜集歌谣、民俗文化，周作人首倡新村主义，北大学生组织平民讲演团宣传平民教育。传统的知识人文化是一种贵族气味浓厚的士大夫文化，这种文化有着一种德性和智识上的双重优越感（相对于农、工、商阶层），而这种优越感在五四新文化运动引入的平等意识、劳工神圣等观念的映照之下，显得空洞而自大。割地赔款落后挨打的奇耻大辱，也让作为社会精英的知识人有了一种强烈的悔罪感和自我鞭笞的心灵习性。

正是在这种语境之下，新文化阵营的知识人几乎无一例外地强调大众和大众文化的力量，沉睡的大众形象隐喻了中国的未来，而唤醒大众的历史使命也落在知识人的身上。启蒙的



主题正是在这种新型的士民关系中生发出来，启蒙的思想资源大多来自西方启蒙运动之后形成的价值观念与人格想象，而启蒙的方式也是模仿西方大众传媒形成公共舆论的方式。启蒙者的形象呈现出复杂的形态，它既是不断自我清洗、掏空（对传统文化价值）的否定性自我，也是不断移植、嫁接（对西方文化价值）的建构性自我，前者让他空虚，后者让他亢奋。而作为被启蒙者的大众，也呈现出悖论式的双重性格，大众既是中国力量的源泉，是医治衰败而浮华的知识人文化的良药苦酒，也是暂时处于休眠甚至蒙昧状态的“群氓”或者说“乌合之众”，等待着被鲁迅这样的启蒙者的呐喊来唤醒。这种社会氛围中形成的大众文化，其实是一种转型时代特有的“青黄不接”的文化形式，究其实质仍旧是一种知识人文化，与普通大众很难说有什么实质性的关联。

即使这样一种弥漫着知识分子气味的新文化，也遭遇了来自吴宓主编的《学衡》杂志和杜亚泉主编的《东方杂志》的挑战，前者以吴宓、梅光迪等“东南学派”的知识人为代表，认为胡适、陈独秀、李大钊等人鼓吹的新文化，其实是西方启蒙运动源流中最粗鄙的一支，被认定为一种崇尚卢梭的浪漫主义和普罗米修斯-浮士德精神的大众文化，充斥着人作为理性主体和利益主体的傲慢与势利，在一种虚假的平等观念的误导之下抹平了个体之间在文化创造上的禀赋、才情、能力等各方面的差异。学衡派主张文化的核心是创造，因此必定是智识贵族才能从事的精神生活，读书人不能降格以求，放下自己的文化身段去迎合大众的非理性需求形成一种所谓的大众文化，而应该以精英文化的品质与标准来引导大众，从而提升大众的审美能力与文化水准。学衡派认为只有将古典时代的经典（比如孔子、苏格拉底、柏拉图等）文化进行融汇创新，以“昌明国粹，融化新知”的方式才能实现他们的尊师白璧德倡导的“新人文主义”（反思、批评启蒙运动价值观念的文化保守主义思潮）。

而在杜亚泉看来，新旧文化之间并不如新文化倡导者所言那样是水火不容的对立关系，新文化运动时期，各种以启蒙为主旨的刊物发表了诸多涉及新旧之争的评论，大致而言，这些文章都主张破旧立新或者说推陈出新，在这种论述里，旧文化旧思想都是一种小圈子的上流社会文化，是脱离社会生活实践和民众意识的意识形态，是阻碍新思想和大众文化形成的绊脚石，因此必须置之死地而后（新文化）生。“新”的合法性建立在对“旧”的指控和反抗的基础之上，而新文化运动的倡导者认为自身就肩负了这种创造新文化的使命，因此大有旧邦新命舍我其谁的文化英雄气概。可是在杜亚泉看来，新旧之间是一种接续关系，他主张“接续主义”，所谓“接续”指的是旧业与新业相续接，二者不可割断。接续主义“一方面含有开进之意味，一方面又含有保守之意味”，他认为有保守而无开进则拘墟旧业，有开进而无保守则使新旧之间的接续截然中断，势必动摇国家的基础。这就是学界命名的杜亚泉式的“调适的智慧”，可谓是新文化运动时期的潜流、支流，而非逆流，其实也是一种启蒙方式。



这个阶段的精英文化与大众文化之争尚未引入“阶级”的观念，因此虽时有硝烟弥漫（比如罗家伦指斥杜亚泉的《东方杂志》为杂乱派杂志，陈独秀影射该杂志意在复辟的“十六问”等），尚且停留在知识界内部的争论之中。到了 1920 年代，随着唤醒民众的任务从启蒙者的身上向相继改组、成立的政党转移之后，启蒙大众并塑造大众文化（或者说群众文化、民众文化、革命文化）的使命就落在了宣传部等机构之上，宣传取代了启蒙，或者说在当时人的观念之中，宣传就是一种启蒙。（这一点，费约翰的《唤醒中国：国民革命中的政治、文化、与阶级》做了系统的论述。）以此回溯并反观 1910 年代的平民文化或者说大众文化，虽然平民或者大众的面目在一种启蒙叙述中间显得面目不清，但各路知识人的论述似乎分享着共同的言说对象，大众成为一个想象性的混沌而自足的整体。可是到了主义崛起和政见分歧的 1920 年代，在各种宣传机器和政党力量的推动之下，大众开始分裂，阶级话语悄然降临，一个可以超越阶层被知识界的不同派别共同关切，并试图启蒙的“大众”已经不复存在。被归类到大资产阶级或地主阶级的群体是属于要被打倒、肃清的阶层，而不再是启蒙的对象。在这样一个背景之下，资产阶级文化开始逐渐地被从大众文化的范围剥离，甚至成为众矢之的。

知识界开始迅速分化，左翼文化人越来越痛恨自己的资产阶级或小资产阶级出身（瞿秋白的《多余的话》即为例证），哀叹自己为何不是根正苗红的大众之一份子，因此恣意地刮骨疗毒贬斥自我，到了 1930 年代的上海，很多左翼文化人认为五四新文化运动时期形成的白话文，其实也是一种脱离了大众的生活实践与表达方式的精英语言，因此倡导直接从原生态的大众文化里创造大众语，大众语的争论在上海的《申报》、《现代》等报刊上喧嚣一时，无疾而终。左翼知识人的这种文化焦虑感，一直到了 1940 年代的延安文艺座谈会才尘埃落定，知识分子的创作应该为革命和工农服务，知识分子应该融入到大众文化的洪流之中才可能解放自己，成为大众文化或者说群众文化的真实记录者。启蒙运动以来的知识人与大众之间的对峙和紧张，至此似乎得到了“根本之解决”，但也付出了王实味等异议分子被消失的代价。（王实味曾写过杂文《政治家・艺术家》试图将政治家与文艺家的社会角色分疏开来，并认为政治未必掌握真理，而真理应该引导政治，因此在延安整风中犯大忌）

不过与左翼文化人在上海的边缘化相映成趣，1930 年代的上海也发展出了一种将商业、传媒与娱乐等各种社会领域的文化形式融合在一起的大众文化，这种大众文化才算是真正意义上的消费主义文化。按照阿伦特的理解，“大众社会不需要文化，只需要娱乐，社会像消费其他商品一样消费着娱乐工业提供的玩意。供娱乐的产品是为社会的生命过程服务的，即使它们不是面包和肉那样的生活必需品。正如俗话说的，它们被用于‘消磨时间’。”上海的光明大剧院、百乐门舞厅、跑马场、各种电影院、各种明星海报、月份牌等，与上海的都市类报刊一起共同打造了这座被誉为“东方巴黎”的大众文化。这种大众



文化的特质是肉感的、交易的、消费的、易逝的，是群体性和拜物教式的集体心态，它拒绝个体化和差异化，更别说批判气质与反思精神。对 20 世纪 30 年代上海的怀旧，在很大程度上就是对这种发展到极致的物质文化和大众文化的追忆与缅怀，而这种怀旧又与文革之后的中国对现代性的重新想象有关，或者说对民国上海的怀旧赋予了改革开放的去魅（革命之魅）以一种历史的合法性，进而肯定人的现实生活欲望的合理与正当。因此，曾经在毛泽东时代被严峻批判的民国上海资产阶级文化，又可以变脸成现代大众文化的表征，人民的“低俗”娱乐需求又成为“发展的硬道理”（刺激内需等）。

大众文化的历史命运，与 20 世纪中国的革命政治息息相关，当革命需要民意和大众的基础时，大众文化可以是批判知识人的被浪漫化的理想类型文化，而当革命文化需要塑造一个纯粹而没有遭受精神污染的乌托邦文化时，连大众文化都显得不再纯洁和可靠，尤其是与民间的神道、宗族、祭祀、帮会等相关的文化形式，在革命逻辑的映照之下，都显得蒙昧与反动，都属于应该被横扫的旧文化之类，最后只剩下江青等人钦点的八个样板戏之类，文化形式上的不断激进化与文化内涵上的不断空洞化恰成对照。因此，从革命政治与革命文化的逻辑来说，从来就没有一成不变的大众，根据不同历史阶段的需要，大众的范围是可以伸缩自如的，这正如知识分子这个词能够笼罩的范围一样，也没有常态化的大众文化，大众文化的褒贬完全根据政治形势需要。革命政治也从根本上扼杀了大众文化的自主性空间，而只是将其操弄成革命文化、民众文化、群众文化之类的半吊子文化名词，在表面的群情亢奋背后隐含的是人民不敢表达的审美（审丑？）疲劳。因此或许可以说，大众文化是一个社会或者说文化概念，而群众文化则是 20 世纪中国的一个政治概念，两者何时叠合，何时分流，何时对峙，端视政党机制和意识形态的需要而定。前者或许还残存一点点自主性，而后者则基本上是政党逻辑的延伸。

回到 1930 年代，我们除了可以考察上海的左翼文化与消费文化之外，更应该注意分布在平津地区的精英文化。这种文化以北京大学、清华大学、燕京大学、南开大学、辅仁大学等或国立或教会的高等学府为依托，以天津的《大公报》、《益世报》，北京的《晨报》等为表述空间，以政论、学术文化和高雅的文艺创作为表现形式，塑造了一种与上海左翼文化截然不同的精致文化形式。这种文化无疑是反大众文化的，或者至少是疏离于当时的大众文化，它延续的仍旧是五四的新文学、新文化传统，倡导文艺形式的探索和启蒙大众的心灵世界，而且其中的自由派知识分子更以政治从业者为启蒙对象，试图在一个权威崩解而权力恣肆的时代重建知识人的权威。在知识界急剧分化的年代，这群知识人没有依附于政党逻辑而向自身抽鞭子，他们仍然坚持知识人的尊严与独立，提倡一种具有反思性和多元性的知识文化。从数量上来说，这群知识人自然仅占人口比例的极少数，但从文化创造而言，他们却是当时中国最具有活力和创造力的一个群体。毫无疑问，这个知识人群体形成的精英文化和学术文化，基本上很难归类到大众文化之中，在后来的历史过程里，这个



群体以及它所具有的文化，都基本上以资产阶级文化、殖民文化等名义被清洗，清洗者往往就来自活跃在 1930 年代上海的左翼文化人，他们投身到革命政治的队伍之后掌握了所谓的“文化领导权”（葛兰西），以“武器的批判”来代替“批判的武器”，在建国后与政治力量合作，以革命文化甚至大众文化的名义，歇斯底里地淘汰了民国平津最具有生命力的知识人文化。自此以后，所谓群众文化或革命文化在割舍了启蒙的价值内核之后，只剩下一种奉命或者说奴才文化，反思都不可能，何谈反抗？就此而言，现代中国的文化史就是一部革命（宣传？）压倒启蒙的历史，也就是一种不断粗鄙化和暴力化的文化史，文化争论演绎成了最剧烈的政治对抗，而那些有独立人格的知识人要么被噤声，要么被改造，要么被毁灭。

问题是这种革命政治形成的群众文化真正为群众所欢迎吗？在群众文化的表述里，群众究竟是一个主体还是一个客体？这是一个值得我们深思的问题。当大众文化的再生产机制（包括各种社会组织、民间社团、市场属性的传媒、娱乐工业、传统艺术等）在 1950 年代以后被连根拔起以后，所谓大众文化就成为了虚假的意识形态，没有大众，只有群众，依照分清敌我的阶级斗争思维，如果不是群众的文化，就是敌人的文化，整个社会的文化生活处于极度单调也极度压抑的状态。这种情况一直到 1980 年代港台的电影、流行音乐（邓丽君式的靡靡之音）、电视剧、服装、武侠小说、新生活方式等传播到大陆，中国才开始新一轮的大众文化形成过程。可是这种民众自发的对大众文化的追随，也经常遭受来自权力当局的压制和围剿，在 1980 年代就发生过在家庭举办舞会而被公安判刑甚至处死的案例（罪名是腐蚀青年、集体淫乱之类）。因此，1980 年代从港台乃至国外刮来的大众文化之风，相对于毛时代的文化逻辑，具有了一种颠覆性的革命性质，反革命成了一种新革命，大众文化在这种历史嬗变与论述中间，重新获得其表达空间与存在的合理性。

1980 年代的角力，到了 1990 年代以后变成物质主义文化独领风骚。1992 年的小平南巡，强力推动了八九事件之后基本停滞的经济改革，而政治改革暂时被搁置一边。人的物质生活欲望被发现成了推动经济社会发展的原动力，各种穷形极相五花八门的西方文化、东亚文化引入中国，《格调》、《品位》等各种宣传小资产阶级生活形态的书籍一度畅销，宜家家居等弥漫着西方生活情调的家具在中国的城市生活中变得富有吸引力，各类肥皂剧、流行音乐、好莱坞大片、舞会、选秀、娱乐节目等共同构造了一个“娱乐至死”的大众文化。这才是自五四启蒙运动以后形成的第二波真正意义上的大众文化（第一波是 1930 年代的上海），这种大众文化是在政党力量最大限度地开放私人生活领域，而压制甚至禁闭政治生活领域的社会氛围中形成的，消费主义意识形态成为大众文化公开的秘密，并与政治发展的 GDP 主义一同有效地支撑了一个崛起的中国的自我证成合法性。很显然，这种大众文化相对于毛时代来说具有相当的自发性，但相对于西方具有原创力的大众文化而言，却仍旧表现出一种依附性和保守性，在一个去政治的世俗时代，大众文化成了人民栖身自我



回避公共领域的温床。没有在公共领域形成自由意识和参与精神，以及开端启新的政治行动勇气，这种大众文化顶多培养出一群消费的动物（赫胥黎式的《美丽新世界》？）和盲目的粉丝而已。这种大众文化也推崇一种自我实现（幻觉？）的个人主义文化，但显然这是一种利己而唯我的个人主义，按照查尔斯·泰勒的说法，这种“个人主义导致以自我为中心，以及随之而来的对那些更大的、自我之外的问题和事务的封闭和漠然，无论这些问题和事务是宗教的、政治的，还是历史的。其后果是，生活被狭隘化和平庸化。”这恰恰是 1990 年代至今的崛起的大众文化打造的个人的核心特质，这种特质如同已故捷克前总统哈维尔在《无权者的权力》一文所分析的那样，构成了后极权社会的社会统治和政治控制最有效的形式。

而曾经在 1930 年代的平津扮演相当重要角色的学院知识分子的后人，今天已经在过度体制化的过程里越走越远，其主体已经基本上丧失了公共意识和批判气质，他们成了一个争名逐利的群体，虽然是以学术追求的名义，他们对于公共文化的建设也意兴阑珊。任重道远的知识人开始变成“灰心丧气”的符号人。一些严肃的学者仍旧在坚持富有成效的学术探索，但他们的成果在今天这个影视界明星和学术明星当道的中国，几乎没有提振和革新大众文化的力量与空间。学院与社会既分享着一套共同的世俗美好生活的核心价值观，但学院与社会又显得越来越隔膜甚至对峙（在社会大众看来，学院精英已经变成不再具有道德担当的既得利益者）。在这种背景之下，反智主义和民粹主义开始重新获得其市场（重庆的唱红打黑颇得民心即为其表现），对民间文化又开始再度想象，有识之士试图以此来纠正已经瘫软的学院文化和过度膨胀的消费文化。这成了一个不同文化族群之间充满隔阂和敌意的社会。就此而言，在学院体制内的有品质的精英文化与渴求自我提升的大众文化之间，急需建立一座沟通的桥梁，来形成一种有意义的“中间层文化”。揆诸百年历史，我们可以发现形成这种沟通机制并推动文化发展的力量，应该是从民间社会和高等学府自发形成的，社会才是文化的再生细胞，而不是政治或者其他意识形态，因此如果政治力量希望这个社会的文化形式越来越多样化，文化生活越来越丰富，文化品质越来越高，它应该做的是提供自由而多元的文化空间，应该是提供更多的不设主题与目标的文化经费，以便公民的文化创造力有自由自主表达的机会。文化强国的焦虑弥漫在这个渴望提升自身文化品位的国度，但这个路究竟应该如何走才可以避免“播下的是龙种，收获的是跳蚤”的悲剧，也许回顾百年来的大众文化的历史进程就不再显得多余。

（本文刊于台北联经《思想》第 22 期）

【原文链接】　　【回到目录】



【虑】

9-8 刘洋 樊美玲 汪娜：好声音，好生意

刘洋，樊美玲，汪娜，南方周末特约撰稿人

“

《中国好声音》这台赚钱机器并非中国原创，而是源自荷兰在 2010 年推出的《The Voice of Holland》，《The Voice》一经推出就创下了收视奇迹，其“盲选”的新颖选拔模式与导师的专业程度吸引了大量观众的目光。星空传媒旗下的灿星制作以约 300 万元购买了这一节目的中国版权。

”

原创于荷兰的《The voice》在 2010 年一经推出，就在荷兰创下了收视奇迹。当这个节目版权卖到世界 46 个国家之后，变成了一台台赚钱机器。

6000 万元冠名费，每 15 秒 36 万元广告费。

从 2012 年 7 月 13 日开播，仅仅两周时间，作为《中国好声音》播放平台的浙江卫视对外宣称已收回成本。

《中国好声音》这台赚钱机器并非中国原创，而是源自荷兰在 2010 年推出的《The Voice of Holland》，《The Voice of Holland》一经推出就在荷兰创下了收视奇迹，其“盲选”的新颖选拔模式与导师的专业程度吸引了大量观众的目光。此后，《The Voice》被世界上 46 个国家购买了节目版权。星空传媒旗下的灿星制作以约 300 万元购买了这一节目的中国版权。

虽然节目模式一致，但在不同的国家，其赚钱的模式却不尽相同。其他国家的制播单位是如何赚钱的呢？“中国好声音”在商业模式上究竟有哪些创新之处？

广告、付费下载、门票

灿星制作节目总监陆伟对南方周末记者介绍，无论是在国际还是在国内，《The Voice》一直是以达人秀为比较标杆的，也正是英国之声在英国第一季播出收视率即超过英国达人秀，最初吸引了节目制作方的眼球。



更具说服力的是，在模式方提供的资料中，陆伟看到，英国之声仅靠一个沃达丰的植入式广告以及在苹果公司 iTunes 中的付费下载两项，就实现了比中国制作阵容更加庞大的 500 人制作团队的英国之声的赢利。这无疑证明这档节目模式本身对观众的吸引力以及巨大的商业潜力。

和英国一样通过单曲下载来获利的还有美国之声（The Voice（U.S.））、爱尔兰之声（The Voice of Ireland），不过相较于英国之声单一的沃达丰植入式广告，美国和爱尔兰的市场化运作更充分一些，他们拥有更多的广告投放商。

尤其是美国之声，该档节目虽无冠名商，但是起亚汽车公司、斯普林特公司和星巴克都看好美国之声这个宣传平台，愿意为美国之声投放广告，他们与电视公司 NBC 签署协议，成为于 2012 年 2 月 5 日首播的第二个赛季的官方赞助商。

同时，美国之声的官方网页上还专门开设了一个网上商店（webshop）销售与美国之声相关的 T 恤和 CD，这些商品的售价在 13.98 美元到 59.98 美元之间。

作为《The Voice》的原创者，荷兰之声（The Voice of Holland）的赢利模式除了上文中提到的英、美和爱尔兰采取的广告赞助、网店销售衍生品之外，显得更趋多元化。

在荷兰，观众收看荷兰之声需要向荷兰之声制播方 RTL Nederland 电视公司进行付费数据订阅，有 3%的电视观众因此购买订阅，此项营业额约 4300 万欧元（相当于 3.39 亿元人民币）。荷兰之声制播方还与跨国移动电话营运商沃达丰合作开发了一款名为 ThuisCoach 的应用程序，通过购买此应用程序，观众在节目直播之前，可以从手机、平板电脑、笔记本电脑、PC 上看到任意的节目片段。此外，比赛过程中的电话投票环节，以及比赛现场门票销售收入也是荷兰之声创收的重要方面。

开发整个音乐产业链

与国外不同，中国的观众并没有形成付费收看的消费习惯，因此也注定《The Voice》在中国市场上要走一条不同的赢利道路。

“能不能赚钱？”据灿星制作节目总监陆伟介绍，这是他们在众多节目模式中锁定《The Voice》之后思考的首要问题。灿星制作曾成功打造中国达人秀、舞林大会等国内一线娱乐节目。也正是这支团队，曾将《中国达人秀》的收视率基本稳定在 2%，甚至一度送至 5.7%的收视率王座。

一番衡量之后，灿星制作大胆地将收视率目标定位在 2%这样一个高位上。此前，除了《非诚勿扰》以 2%-3%的收视率雄踞地方卫视收视率榜首，《中国达人秀》、《快乐大本营》、《中国梦想秀第三季》是目前地方卫视中仅有的收视率破 2%的娱乐节目。制作方与浙江卫视最初签订的合约中提到，“如果《中国好声音》在每周黄金时段（周五 21：15-



23：00）的收视率超过 2%，则灿星参与浙江卫视的利益分成。否则，广告商的损失由灿星单方负担”。

据央视索福瑞媒介研究有限公司的数据显示，《中国好声音》开播的前三期节目收视率分别为超过 1.5%、2.8%、3.093%。据保守统计，浙江卫视十场《中国好声音》的软、硬广告收益约在 2.5088 亿到 2.7088 亿人民币之间。

据陆伟介绍，《中国好声音》运作过程中对于整个音乐产业链的开发和运用是国外《The Voice》制作中所忽略的一个部分。在已经引入《The Voice》版权的其他国家中，《The Voice》节目结束于选出冠军的一刹那。换言之，14 场节目之后（《中国好声音》为 10 场），一季《The Voice》便宣告结束，除了节目本身衍生品或者线上歌曲的继续销售外，歌手签约以及演唱会、各类表演收益等获利均是唱片公司的事情，已然与《The Voice》节目制作播出方再无关系。因此，就国外而言，《The Voice》的赢利仅限于节目制作与播出这个过程中。

而灿星团队除了传统的广告收入分成、向视频网站征收的版权费之外，还把目光投向了整个音乐产业链。《中国好声音》制作方星空传媒凭借旗下众多的优质音乐平台资源（Channel V、华语音乐榜中榜），把选手签约这一环以及签约后的商业演出等项目也收归自己所有。本已成熟的资源优势加上一系列为选手定制的商业演出、活动（国内大型连锁酒吧的定期室内演唱会，国内、国际商业演出，音乐剧以及中国移动付费彩铃下载），不仅延长了选秀选手的生命力，也建立了《中国好声音》的持续赢利能力。

陆伟表示，“我们不指望单纯依靠节目赢利，前期我们的目标只是收支保平而已；对于《中国好声音》而言，我们更看重的是长时段内对整个音乐产业链条的整合和拉动，以及得益于第一季的成功后第二季在广告投入方面的收益。”

【原文链接】　【回到目录】

【拓展阅读】

约翰·费斯克：“文化商品”及“电视的两种经济”节选

原文链接：http://book.douban.com/subject/1042815/



9-9 周宪：布尔迪厄的电视解魅



周宪，南京大学文学院教授，博士生导师，南京大学校长助理，南京大学人文社会科学高级研究院院长。

“

人类文化正在经历一个前所未有的全新阶段——电子媒介文化阶段。乐观主义者称，电子媒介把我们带入一个更加民主、更加开放的新时期；悲观主义者却为媒介的霸权和专制深感忧虑，各种折中之说更是五花八门，莫衷一是。面对无处不在的电视影像文化，我们该做些或能做些什么？

”

记得前几年，国内曾上映过一部法国影片《冒险的代价》，讲的是一家电视台的追杀娱乐节目。一位囚犯被选为追杀目标，他历经磨难，最后回到演播室，揭穿了电视节目的骗局。这部电影以寓言的方式昭示了电视在媒介社会的另一面。如果对这部影片还记忆犹新的话，读读布尔迪厄的《关于电视》，定会感悟良多。

毫无疑问，人类文化正在经历一个前所未有的全新阶段——电子媒介文化阶段。乐观主义者称，电子媒介把我们带入一个更加民主、更加开放的新时期；悲观主义者却为媒介的霸权和专制深感忧虑，各种折中之说更是五花八门，莫衷一是。于是，面对电子媒介，尤其是无处不在的电视影像文化，我们该做些或能做些什么？

这是一个难以回避的问题。

早在二战前后，法兰克福学派的精英们就开始了这一问题的探索。本雅明对技术带来的新形式和新媒介欢欣鼓舞，他坚信卓别林式的艺术与大众的关系，远比毕加索式的关系更为进步。这个论断隐含了一个信念：通俗文化和新技术与新媒介的结合将是革命性的，它促进了文化的民主化进程。但阿多诺却对此忧心忡忡，他在《启蒙辩证法》中，对文化工业的危险的描述语出惊人。虽有过激之嫌，却也道出了文化工业的内在逻辑和潜在威胁。50年代以来，多伦多学派异军突起，从因尼斯到麦克卢汉，他们预言了电子媒介给人类社会带来的变革和进步，描绘了一幅带有明显的技术决定论色彩的未来图景。麦克卢汉的两个基本论断：“媒介即讯息”和“媒介是人的延伸”，不啻是对媒介的膜拜和礼赞。[1]进入70年代，随着东西方对抗和资本主义的全球扩张，同时也随着媒介对社会生活的广泛渗透，



西方知识分子的反思愈加深入，批判理论的立场成为媒介思考的基点。一些激进的知识分子拒绝媒介，特别是拒绝上电视，他们宁愿选择站在媒介之外来批判媒介的策略。

布尔迪厄却提供了另一种策略：利用电视来为电视解魅。这不由得使我想起了他在法兰西学院院士就职演说时采用的同样策略，运用任职仪式赋予他的权威，来增加用他对任职仪式的逻辑和效果所做的分析的权威性，进而探讨“一个学术性的制度机构，它的本质是什么，又是如何运作的”[2]。他认为，电视正在对艺术、文学、科学、哲学和法律等文化生产形成巨大的危险，揭露电视的象征(或符号)暴力，使这一切大白于天下，进而唤起人们自由表达自己观点的自觉意识，乃是一个社会学家不可推诿的责任。伟大的戏剧家布莱希特说过，司空见惯的事物人们往往对它们熟视无睹。他创造的“叙事剧”旨在把熟悉的变成陌生的，以引起观众的警醒，此乃“陌生化”(间离效果)。布尔迪厄的方法与其有异曲同工之妙：

这一研究背后的理念，就是要颠覆观察研究者与他研究的世界之间的自然关系，就是要使那些通俗常见的变得不同寻常，使那些不同寻常的变得通俗可见，以便明确清晰地展示上面两种情况中都被认为理所当然的事物，并用实践的方式来证明，有可能充分彻底地将客体以及主体和客体的关系都作为社会学研究的对象，后者我称之为“参与性对象化”。[3]

与阿多诺式的在媒介体制之外来批判媒介的方法相比，布尔迪厄“参与性对象化”的方法似乎带有更大的破坏性，它从内部揭露了媒介体制鲜为人知或人所忽略的那一面。难怪《关于电视》一面世，便在法国传媒界和知识界引起了轩然大波，持续论争数月之久。

那么，布尔迪厄为电视解魅，较之于前人和他同时代的人，有何新颖独到之处呢?阿多诺早就发现，文化工业一方面是资本主义社会中操纵大众意识形态的工具，另一方面，又是服从于资本主义商品交换逻辑的，总而言之，是为现存资本主义制度服务的。[4]从阿多诺的文化工业批判，到布尔迪厄的电视批判，值得一提的中间一环乃是哈贝马斯的公共领域理论。

哈贝马斯在《公共领域的结构变迁》中指出，从封建专制社会向资本主义社会的转变，出现了公共权威和市民社会。公共权威涉及国家，诸如司法体制和暴力手段使用的合法化等；而市民社会则是一个在公共权威保护下的私有经济关系领域。它不仅发展出经济关系，同时也塑造了不断脱离经济活动的人际关系。于是，在公共权威和市民社会的私人领域之间，便出现了一个新的公共领域。一些资产阶级的文人雅士成为这一领域的最初主体，他们以理性论争的方式讨论封建时代禁忌的话题，并对国家和权威进行争论和批判。在 17 世纪末和 18 世纪初的巴黎和伦敦等大城市里，出现了一些由贵族聚会转化而来的沙龙以及咖啡馆，这便是公共领域的雏形。我们或许可以把它视为现代知识分子活动的基本空间。公共领域最初只限于文学艺术问题的讨论，后来逐渐扩大到政治论争大众传播的出



现，诸如小规模的报纸和独立的出版社等，拓展了公共领域。虽然公共领域只限于少数有地位和受过良好教育的知识分子，但哈贝马斯发现它具有重要意义，因为在不同于公共权威和家庭等私人领域的公共领域中，通过理性讨论和争辩可以形成一种公共见解(public opinion，或舆论)，进而构成一种他所说的“公共性”原则。这意味着，个人见解可以通过公民的理性批判论争而形成舆论，它对所有人开放，并独立于文化支配之外。哈贝马斯注意到，这种公共原则在资本主义社会从未完全实现，因为国家权力的扩张和其他社会组织的发展，尤其是大众传播的商业化和舆论技术的出现，限制甚至从根本上改变了公共领域的性质和特征。从前一方面来看，曾经作为理性批判论争私人场所的公共领域，逐渐蜕变为一个文化消费的领域，即当控制商品交换和社会劳动力的市场法则渗入公共领域时，“理性批判论正也就逐渐被消费所取代，公众交流的网络也就消解为个人接受行为，不过这种接受方式却是整齐划一的”，[5]如此一来，公共领域原有的批判潜能便被消解了，它被融入了资本主义的现存体制。哈贝马斯发现，报纸的内容由于商业化必然走向非政治化、个人化和煽情，并以此作为促销的手段。这个主题在布尔迪厄的电视解魅中被加强了。从后一个方面来说，大众传播领域中舆论管理技术的发展，强调个人是私人公民而非消费者，但却把这个观念运用于某些利益集团的偏私目的。这样一来，资产阶级公共领域名存实亡，舆论管理新技术被用来赋予公共权威以某种魅力和特权，这和封建宫廷曾有过的特权别无二致。在哈贝马斯看来，公共领域在这样的条件下实际被“重新封建化了”，“公共性已被转化为管理化的统一原则”。[6]结果是公众变成为一种被管理的资源，他们被从公共讨论和决策过程中排除出去了，而一些利益集团的政治主张要求则同时又被合法化了。这个主题在布尔迪厄的电视研究中也被强化了。

布尔迪厄在这两个方向上进一步追问，他以犀利的分析有力地揭露了电视在资本主义社会中的两个基本功能：反民主的象征暴力和受商业逻辑制约的他律性。这便构成了《关于电视》的两个基本主题。

第一个主题是分析论证电视在当代社会并不是一种民主的工具，而是带有压制民主的强暴性质和工具性质。在这方面，布尔迪厄的去魅性分析可谓令人叫绝。他从三个方面揭露了电视在当代社会中符号暴力特征。第一，他揭露了电视行业的职业眼光和内部循环所导致的同质化。敏锐的社会学注意力和深刻的哲学思辨力，使得布尔迪厄对电视行业内部一系列看似矛盾的现象做出了深入的分析。比如，电视本该提供信息展现事物，但它却要么不展现，要么使事物变得微不足道，或与现实毫不相关。究其根源是因为电视人有一种特殊的“眼镜”。他们透过这特殊的“眼镜”去看世界，对某些事物视而不见，对另一些事物则片面夸大，这种选择原则有一个确定的目标：“对轰动的、耸人听闻的东西的追求。”(《关于电视》第 20 页，下书名略)为此，各家电视台争相抢新闻，占头条，制造轰动，以



求区别于别的同行和其他电视台。从表面上看，这将导致不同电视机构之间的竞争和新闻业的多样化和多元化。但布尔迪厄却入木三分地揭橥了这种竞争的必然逻辑和后果：

为了第一个看到或第一个让人看到某种东西，他们几乎准备采取任何一种手段，但是，为了抢先一步，先别人而行，或采取与别人不同的做法，他们在手段上又相互效仿，所以他们最终又在做同一件事，那就是追求排他性，这在其他地方，在其他场可以产生独特性，但在这里(指电视——引者注)却导致了千篇一律和平庸化。(第 22 页)

追求抢先导致了争相仿效，强调排他性的特色则形成了大同小异，最终结果是电视节目和内容的内在同质化。从报纸到电视，从一家电视台到另一家电视台，信息的内部封闭循环流动导致某种整饬。这似乎证实了麦克卢汉的一个看法——一种媒介是另一种媒介的讯息。[7] 所以，布尔迪厄一语中的：“电视是一种极少有独立自主性的交流工具”(第 49 页)。因为电视外部受制于收视率，内部则有一系列控制手段和程序。各种看得见或看不见的审查自不待言，主持人角色行为的限制，时间分配的限制，谈话内容的限制，演播程序的限制，甚至主持人的不经意，都在行使电视的符号暴力——拒绝自由交流。结论是合乎逻辑的：电视不利于表达思想，必须在“固有思维”的轨道上运作。由于电视需要一种“快速思维”，所以，电视只赋予一部分“快思手”以特权，出现了一批“媒介常客”，思想的颠覆性沉沦于老生常谈之中。说到底，电视不过是提供了一种消化过的食品和预先形成的想法。这种去魅式的分析委实击中肯綮，发人深省。这样，布尔迪厄也就从电视节目参与者和电视人之间不可逾越的游戏规则角度，揭露了它的压制自由交流的特征。最后，他点出在后现代文化中，影像文化的特殊优越地位，构成了电视在新闻场中经济实力和符号表达力都占据上风，进而对其他媒介(比如印刷媒介)构成了一种暴力和压制，甚至影响到它们的生存。以至于文字记者的主题只有得到电视机制的呼应，才变得更有力更有影响，这便导致对文字记者的地位和角色的深刻怀疑。

在揭示电视的这种功能特征时，布尔迪厄关注的焦点在于：“象征暴力是一种通过施行者与承受者的合谋和默契而施加的一种暴力，通常双方都意识不到自己是在施行或在承受。和其他科学一样，社会学的职能就是揭示被掩盖起来了的东西；只有这样，它才能有助于将作用于社会关系，尤其是把传媒关系的象征暴力减少到最低程度。”(第 16—17 页)这里，作者鲜明的文化批判立场昭然若揭。

《关于电视》的第二个主题，涉及到电视与商业的关系，或者换一种表述，涉及到商业逻辑在文化生产领域中的僭越。它与第一个主题密切相关，是它的进一步展开。布尔迪厄的推论很简单：50 年代，电视关心的是文化品位，追求有文化意义的产品并培养公众的文化趣味；可到了 90 年代，电视极尽媚俗之能事来迎合公众，从脱口秀到生活纪实片再到各种赤裸裸的节目，最终不过是满足人们的“偷窥癖”和“暴露癖”。前面提到的法国影片



《冒险的代价》即如是。电视何以从文化和交往的传播手段，沦落为一种典型的商业操作行为?布尔迪厄的看法简单明确，这一切都受制于收视率，而收视率又是追求商业逻辑的必然结果。

新闻界是一个场，但却是一个被经济场通过收视率加以控制的场。这一自身难以自主的、牢牢受制于商业化的场，同时又以其结构，对所有其他场施加控制力。(见本书第 79 页)

通过收视率这一压力，经济在向电视施加影响，而通过电视对新闻场的影响，经济又向其他报纸，包括最“纯粹的”报纸，向渐渐地被电视问题所控制的记者施加影响。同样，借助整个新闻场的作用，经济又以自己的影响控制着所有的文化生产场。(第 83 页)

布尔迪厄描绘了一幅经济逻辑如何通过收视率来影响电视、新闻场和整个文化生产场的图景。

历史地看，阿多诺早就指出了文化工业的商业逻辑，哈贝马斯也道出了公共领域的商业化趋向，布尔迪厄不但揭示了这个现象，更重要的是，他从社会学角度以其独特的“场”理论来分析这一现象。场是布氏社会学理论中的一个核心概念，在他看来，社会文化可以区分出不同领域，而不同领域的运作实际上就像物理学意义上的“力场”一样，是由内部和外部的各种力的作用构成的。在他的早期理论中，他更关心权力(或政治场)与其他场的关系，依据场的性质和自律程度，他发现一个与政治权力由近到远的序列：法律场、学术场、艺术场、科学场。法律场最容易受到权力的影响，而科学场则距离最远。晚近他关注商业逻辑对各个文化生产场的侵蚀和渗透，在他的表述中，“新闻场与政治场和经济场一样，远比科学场、艺术场甚至司法场更受制于市场的裁决，始终经受着市场的考验”(第 111 页)。这就界定了各个文化生产场与商业逻辑之间的距离。《关于电视》就是在这样一种文化生产场与商业逻辑的相互关系中来思考电视的。

布尔迪厄的一个基本思路是，到了 90 年代，电视越来越明显地受到商业逻辑的侵蚀，而商业逻辑对电视的作用是通过收视率而实现。有高收视率就必然带来丰厚广告利润和商业资助，而追求高收视率则必然导致电视从 50 年代注重文化品位向 90 年代的媚俗倾向的转变。在这方面，布尔迪厄指出了一些值得注意的发展趋向。第一，他发现，由于把收视率作为电视的基本目标，电视逐渐开始走向非政治化或中立化。这个现象哈贝马斯也曾指出过，他认为公共领域的商业化必然导致非政治化、个人化和煽情。布尔迪厄发现，收视率对电视的直接作用是对轰动的、耸人听闻的东西的追求，于是最有收视效果的社会新闻取代了电视的文化品位和政治功能。“社会新闻，这向来是追求轰动效应的传媒最钟爱的东西；血和性，惨剧和罪行总能畅销”(第 17 页)。这一方面导致了电视对现实事件的选择和排斥，另一方面又必然把各种信息依照社会新闻的模式来处理和表现。这一做法的直接后果乃是信息垄断和排斥，因为大多数人是通过电视来接收信息，“这样一来，便排斥了公



众为行使民主权利应该掌握的重要信息”(第 18 页)，使受众的政治知识趋向于零。“社会新闻造成的后果就是政治的空白，就是非政治化，将社会的生活转化为轶闻趣事和流言蜚语，把公众的注意力集中并吸引到一些没有政治后果的事件上去”（第 75 页)。但这只是问题的一方面，布尔迪厄的深刻之处还在于，他不但指出了电视的非政治化倾向，同时也尖锐地剖析了它的另一面：强有力的煽动性和情绪效果。由于电视所拥有的影像手段远非其他媒介所能比拟，所以，电视可以制造现实，控制受众对事件的理解，并达到特定的目标。电视的这种功能一是体现在对受众的煽情动员作用上，因为电视可以轻而易举地把社会新闻和日常琐事转化成某种政治伦理意义，激发起公众的负面感情，如种族歧视、排外主义、对异邦异族的恐惧和仇恨等。更重要的是，布尔迪厄注意到，通过哈贝马斯所说的“舆论管理技术”，电视可以反转过来影响政治家及其决策行为，以及司法程序等。一方面电视把一切事件都非政治化，另一方面它又可以把非政治事件政治化，这种双重功能使得电视成为民主社会一个危险的符号暴力。于是，布尔迪厄提出了一个极其尖锐的问题：“谁是话语的主体?”换言之，电视到底代表谁的声音?布尔迪厄提出了一种可能：电视人一方面揭露了某些社会不公正，同时又在为自己捞取象征资本和名望。正像一些后现代预言家所描述的那样，在商品逻辑严重侵蚀的条件下，文化生产出现了一系列的“内爆”(波德里亚语)，新闻和娱乐之间的界限消失了，以至于在西方出现了一个新的概念——infotainment，明眼人一望而知，这个词是 information(信息)和 entertainment(娱乐)的合成，它预示了电视在收视率诱导下的发展趋向：娱讯。

商业逻辑所制约的收视率的另一个严重“内爆”，是传媒化的经济力量渗透到纯粹的科学领域和艺术领域，进而造成了传媒与学人或艺术家“合作”(合谋)来危及科学和艺术的自律性。在布尔迪厄看来，科学场是最远离权力和商业逻辑的，艺术场次之。但在电视无所不及的新的历史条件下，科学知识和艺术创作也受到了商业逻辑的严重侵扰和蚕食。布尔迪厄指出了几个值得注意的现象：第一，电视开始扮演真理裁判者角色。由于电视似乎代表了公众的评价和舆论(社会?)的认可，因此，电视频频侵入科学场和艺术场，并不断地以挑选“十大知识分子”之类的活动，来臧否定夺科学理论和艺术品。这严重地干扰了科学场和艺术场的固有的内在游戏规则，并欺骗了大多数外行。于是便形成了一种误导，好像电视邀请某个学者或艺术家，就代表了对他的某种形式的承认。回到布尔迪厄的一贯思想上来看，电视所扮演的角色恰恰就是他在别处强调的一种“命名权”，通过广泛命名来获得好处，排斥异己，取得自身的合法化。[8] 第二，由于电视扮演的特殊角色，导致科学场和艺术场内的混乱。于是，一些人误以为成功与否取决于传媒的承认和好评，取决于在传媒上所获得的知名度，而不是科学界和艺术界内部同行的评价。这就必然使得一些专家学者向媒体投降和献媚，热衷于在科学场和艺术场之外去寻找认可和象征资本。第三，布尔迪厄揭露了媒体内外一种隐秘的合作，亦即“互搭梯子”的把戏。电视通过其传播范围，以



畅销书排行榜一类手法来暗中实施商业化的策略，结果使得作者和记者互惠互利，并排斥了另一些与电视“促销”无缘或抵抗这一商业逻辑侵蚀的科学和文艺作品的传播。

布尔迪厄这里所涉及的一个更为深刻的问题，乃是文化生产的自律与他律的关系问题，他表述为“纯粹”与“商业化”，或“先锋”与“通俗”之间的对立和矛盾。这个问题在阿多诺那里似乎不成其为问题，因为两者彼此间离；在哈贝马斯那里，则呈现为后者对前者的侵蚀。布尔迪厄的深刻之处在于，他一方面指出，两者的矛盾在所有场中都存在，但另一方面，他又强调，在电视这样的公共领域中这个矛盾尤其突出。由于新闻场比科学场、艺术场、法律场甚至政治场更容易受到商业逻辑的影响，所以，这个矛盾最终以消解“先锋”复归收视率所要求的“商业化通俗”为结局。这不但鲜明地提出了电视作为一种商业的或外部的逻辑对科学场和艺术场的严重干扰，而且还触及在媒介时代科学和艺术如何保持自律或自身的合法化问题。布尔迪厄提出的一个严峻问题是：科学理论和艺术价值能以公决的形式来裁判吗?他的回答是否定的。于是，他选择了一种“必须建筑一种象牙塔”的策略，因为根据他的一贯思想，带有自主性的文化生产者，往往只限于“有限生产场”，这里，生产者和消费者是同一群人；相反，投身于“大规模生产场”的生产者，常常以丧失其场的自律性为代价去迎合公众，这里，生产者和消费者是不同群体。因此，在电视强大的压力(以及它内在的商业逻辑侵蚀)面前，科学知识和艺术创造如何保持自身的合法化，不但涉及到与传媒的关系，而且涉及自身的存在和发展。也许正是由于布尔迪厄所选择的“象牙塔策略”，他常常受到传媒界甚至学术界一些人的攻击，把他“命名”为“精英主义者”。我想，在这样特定的历史条件下，坚持精英立场显然带有颠覆和抵抗的意义，这一点我们在阿多诺那里早已领略了。它的必要性毋庸置疑!

呜呼哀哉!电视已从民主的工具沦为商业的工具和象征的暴力，这个严峻事实着实让人丧气。面对此种情境，持有批判立场的知识分子应该做些什么呢?在这里我们看到了布尔迪厄超越了阿多诺和哈贝马斯。他一方面强调科学场和艺术场的自身合法化，坚持“象牙塔”策略，却不像阿多诺那样退守“象牙塔”，作为一个社会学家，他更关注在电视上揭露电视的象征暴力，遏制它的非民主性。他大声疾呼：“人们能够并且应该以民主的名义与收视率作斗争。……应该给人们评判、选择的自由。”(第 100 页)

布尔迪厄的电视文化批判，给我们的启示委实不少。我想，敏于思索的读者以此种理论来参照透视中国电视的问题，自然会有不同心得和感想。不过，我们切不可把布尔迪厄的理论简单套用到中国情境中来，因为中国电视自身的问题看来更为复杂。

1 McLuhan，M.，Understanding Media，Cambridge， MIT Press，1994.

2 布尔迪厄等：《实践与反思》，中央编译出版社 1998 年版，第 274—275 页。

3 布尔迪厄等：《实践与反思》，中央编译出版社 1998 年版，第 99 页。



4 霍克海姆，阿多诺：《启蒙辩证法》，重庆出版社 1990 年版。

5 Habermas , J. , The Structural Transformation of the Public Sphere , Cambridge, MIT Press, 1989, p. 161. 。

6 Habermas , J. , The Structural Transformation of the Public Sphere , Cambridge, MIT Press, 1989, p.207.

7 McLuhan, M., Understanding Media, Cambridge, MIT Press, 1994.

8 布尔迪厄：《文化资本与社会炼金术——布尔迪厄访谈录》，上海人民出版社 1996 年版，第 91 页。

（原载 2012 年第二期《文景》）

【原文链接】 【回到目录】



一五一十周刊

主编：方可成

编辑：童亚琦，刘岩川，夏景，方宜农

设计：潘雯怡，张宇星，肖承捷

校订：施钰涵

出品人：杜婷

若希望订阅此电子周刊 doc 版请发空邮件至 cochinaweeklydoc+subscribe@googlegroups.com；若订阅 pdf 版请发送至 cochinaweeklypdf+subscribe@googlegroups.com；mobi 版至 cochinaweeklymobi+subscribe@googlegroups.com；epub 版至 cochinaweeklyepub+subscribe@googlegroups.com。

此电子周刊由「我在中国”（Co-China）论坛志愿者团队制作，「我在中国”（Co-China）论坛是在香港注册的非牟利团体，论坛理事杜婷、梁文道、闾丘露薇、周保松。除了一五一十周刊之外，Co-China 每月还在香港举办论坛，并透过网络进行视频、音频和文字直播。2012 年开始 Co-China 在香港举办面向青年的夏令营，第一届主题为「知识青年，公共参与”，2013 年夏令营的主题是「始于本土：本土、国家、世界冲撞与协商”。

Co-China 论坛网址：https://cochina.co

Co-China 论坛新浪微博：CoChina 論壇（http://weibo.com/1510weekly）

Co-China 论坛 facebook：「我在中國”（Co-China）論壇（https://www.facebook.com/CoChinaOnline）

